

ABSTRAK

Nama : Ilham Fayakun Pratama
NIM : 44222110065
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Akun Instagram @infopurwokerto
Pembimbing : Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimanakah Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Akun Instagram @infopurwokerto.

Peneliti menggunakan Teori Komunikasi Organisasi yang didukung dengan *RACE Planning Framework* untuk menganalisis bagaimana akun Instagram lokal dengan jumlah besar dapat meningkatkan *brand awareness* secara efektif. Adapun paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme dengan metode penelitian Kualitatif Deskriptif. Pengumpulan data primer menggunakan wawancara dan observasi ditambah data sekunder dengan cara studi pustaka dan dokumentasi.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram oleh akun @infopurwokerto sebagai akun lokal dapat meningkatkan *brand awareness* akun tersebut. Pemaksimalan pengguna media sosial Instagram oleh akun tersebut sejalan dengan teori Komunikasi Organisasi dan *RACE framework*. Dimana antara teori dan *framework* yang digunakan mengungkapkan bahwa cara yang dilakukan oleh akun @infopurwokerto dalam meningkatkan *brand awareness* akun berjalan secara efektif. Hal itu berdampak kepada akun @infopurwokerto sudah berada pada tingkatan *awareness top of mind* pada pengikut atau audiens akun tersebut.

Kata kunci: Instagram, Teori Komunikasi Organisasi & *RACE Framework*, Akun lokal, *brand awareness*

ABSTRACT

Name : Ilham Fayakun Pratama
NIM : 44222110065
Study Program : *Communication Science*
Title : *Utilization of Instagram Social Media in
Increase Brand Awareness on Accounts
Instagram @infopurwokerto*
Conselor : Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Ikom

The purpose of this study is to determine how the Utilization of Instagram Social Media in Increasing Brand Awareness on Instagram Account @infopurwokerto.

Researchers used Organizational Communication Theory supported by the RACE Planning Framework to analyze how a large number of local Instagram accounts can effectively increase brand awareness. The paradigm of this research is constructivism with Descriptive Qualitative research methods Primary data collection using interviews and observations plus secondary data by means of literature and documentation studies.

The results of this study indicate that the use of Instagram social media by @infopurwokerto account as a local account can increase the brand awareness of the account. The maximization of Instagram social media usage by the account is in line with the theory of Organizational Communication and the RACE framework. Where between the theory and framework used reveals that the way done by the @infopurwokerto account in increasing brand awareness of the account runs effectively. It has an impact on the @infopurwokerto account already at the top of mind awareness level in the followers or audience of the account.

Keywords: *Instagram, Organizational Communication Theory & RACE Framework, Local account, brand awareness*